



**University of
Zurich**^{UZH}

**Zurich Open Repository and
Archive**

University of Zurich
University Library
Strickhofstrasse 39
CH-8057 Zurich
www.zora.uzh.ch

Year: 2008

**Als die Privatsphäre verloren ging: Die Gefährdung der Öffentlichkeit durch
entbettete Medien**

Imhof, Kurt

Posted at the Zurich Open Repository and Archive, University of Zurich

ZORA URL: <https://doi.org/10.5167/uzh-9580>

Newspaper Article

Published Version

Originally published at:

Imhof, Kurt. Als die Privatsphäre verloren ging: Die Gefährdung der Öffentlichkeit durch entbettete Medien. In:
Neue Zürcher Zeitung, 231, 3 October 2008, B 3.

Als die Privatsphäre verloren ging

Die Gefährdung der Öffentlichkeit durch entbettete Medien

Von Kurt Imhof*

Privates und Öffentliches sind die zwei Sphären, welche das Menschsein begründen. Erfunden durch die klassische griechische Philosophie, wiederentdeckt im Zeitalter der Aufklärung, fusst auf dieser Balance auch die moderne Gesellschaft, welche sie nun zu zerstören droht.

Die Trennung des Privaten und des Öffentlichen geht auf das Athen des Perikles im 5. Jahrhundert vor unserer Zeitrechnung zurück. Es handelt sich um die wichtigste Unterscheidung, die die Menschen erfunden haben. Wir wissen davon unter anderem dank Aristoteles, der die perikleische Zeit ein Jahrhundert später beschrieben hat und damit wiederum Hannah Arendt zu ihren grundlegenden Werken «Vita activa» und «On Revolution» inspirierte. Beides, das Private wie das Öffentliche, bezieht sich auf unterschiedliche Lebensweisen.

Das Notwendige und die Freiheit

Der Kern des Privaten wurde mit dem *oikos*, dem Landgut der besitzenden Bürger, gleichgesetzt, der Kern des Öffentlichen mit der *agora*, dem Stadtplatz Athens. Das Private entspricht dem Reich des Notwendigen. Hier vollzieht sich alles, was zur Reproduktion der Gattung gehört, insbesondere die Arbeit, das Herstellen, das Essen und der Geschlechtsverkehr. In diesem Reich des Notwendigen unterscheiden sich die Menschen wenig von den Tieren, die ja auch für ihre Reproduktion sorgen müssen.

Dagegen gilt das Öffentliche als das Reich der Freiheit. Dieses Reich der Freiheit ist dadurch charakterisiert, dass alle in ihm frei zum Thema machen können, was ihnen beliebt. Genauso wie der *oikos*, das Landgut ausserhalb der Stadtmauern, hat auch die Öffentlichkeit ihren sozialen Ort: Es handelt sich um die *agora*, den Stadtplatz Athens. Hier ist das Reich der Freiheit. Für die Griechen gibt es dieses Reich der Freiheit nur deshalb, weil die Menschen verschieden sind. Die Tatsache, dass sie über eine Sprache verfügen, ist der Beweis ihrer je eigenen Einmaligkeit. Die Verschiedenheit der Menschen und ihre Sprachfähigkeit sind gleichzeitig die Voraussetzung der Möglichkeit des Lernens; und sie sind die Voraussetzung für einen Sinn des Lebens und für Vernunft, den *logos*.

Auf dieser Basis entstand die mächtigste und wichtigste nichtreligiöse Utopie der Menschheit: Wenn die Menschen frei miteinander sprechen können, dann sind sie zur Vernunft fähig, und das bedeutet, dass sie in der Lage sind, ihre Gesellschaft, ihre Geschichte und ihre Zukunft selbst zu bestimmen. Dieser Utopie verdanken wir ideengeschichtlich die Bürgerrechte, die allesamt auf der Freiheit der Rede und der Versammlung aufbauen, und aufgrund der Vorstellung einer aus seiner Unverwechselbarkeit hervorgehenden Würde des Menschen auch die Menschenrechte, die auf diesem Wert beruhen. Das Reich der Freiheit dient somit der Emanzipation des Menschen, dasjenige der Notwendigkeit ist den natürlichen Zwängen der Reproduktion unterworfen. Das gute Leben setzt beide Reiche voraus. Voraussetzung hierfür ist, dass das Private die Öffentlich-

keit nicht durchdringt.

Eine einst mächtige Utopie

Diese Utopie eines Austritts aus der selbstverschuldeten Unmündigkeit (Immanuel Kant) hat die Aufklärung im 18. Jahrhundert wieder aufgenommen. Die Aufklärungsphilosophie beerbt die klassische griechische Philosophie und macht dieselbe Unterscheidung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Dadurch werden diese zwei Sphären zur Grundlage der modernen Gesellschaft. Die Aufklärungsbewegung ordnet dem Öffentlichen, also dem freien Austausch der zugangsberechtigten Bürger, die Kultur und dem Privaten die Natur zu. Die Bürger kommen durch freie Kommunikation zur Vernunft und werden gleichzeitig zivilisiert, während das Private der ökonomischen und biologischen Reproduktion der Gattung dient.

Auch hier wird das Private durch die als natürlich betrachteten Affekte und durch Reproduktionszwänge beherrscht, während die Öffentlichkeit der Kultur und der demokratischen Selbstbestimmung dient. Der freie Bürger tritt aus der Privatheit hinaus, um am öffentlichen Austausch der Ideen teilzunehmen, bildet sich und kehrt in das Reich des Notwendigen zurück, das dadurch an der Vernunft teilhaben soll. Das Private wurde deshalb mit Verantwortlichkeiten und Tugenden verknüpft, die im Öffentlichen erarbeitet wurden. Dies bedeutet, die Prinzipien des eigenen Lebens so zu gestalten, dass sie allgemeines Gesetz werden könnten.

Bürgerliche Geselligkeit

Dieser Kantsche Imperativ meint schlicht, dass die Freiheit des Individuums nur dadurch begrenzt ist, dass die Freiheit des einen nicht die Freiheit des anderen beschränkt. Die hohe Wertschätzung von Bildung und Kultur befördert das (bildungs)bürgerliche Leben des 19. und 20. Jahrhunderts, das sich in Öffentlichkeit und Privatheit aufteilt. Diesen Sphären entsprechen die Begriffe Gesellschaft und Gemeinschaft. Der Markt wurde als etwas betrachtet, das natürlichen Gesetzen gehorcht, also als ein Stück Natur in die menschlichen Belange hineinspielt.

Zur privaten Gemeinschaft zählt insbesondere die bürgerliche Geselligkeit mit ihrer hohen Wertschätzung der Literatur, des Kammerspiels, der bildenden Kunst, des Konzerts und des Theaters, kurz: die bildungsbürgerliche Kultur, die ihre Teilnehmer zur Bildung, zur Höflichkeit und zum besseren Argument verpflichtet. Das für Beziehungsnetzwerke unabdingbare soziale Kapital war nicht ohne Belesenheit sowie Teilnahme am kulturellen Schaffen zu erringen.

Diese bürgerliche Geselligkeit bildete den Vorhof des Privaten, der sich gegenüber der Öffentlichkeit öffnet. Hinter diesem Vorhof gliedert sich das Private bis zum abgeschotteten Intimen. Die Geselligkeit war nur möglich, wenn die Teilnehmenden ihre Affekte und Interessen kontrollierten, sich also gemäss dem Kantschen Imperativ verhielten. Die bürgerliche Geselligkeit soll so beschaffen sein, dass sie durch die rohen, natürlichen Kräfte der Affekte und des Marktes nicht zerstört wird.

Kulturprägende Kraft

Die kulturprägende Kraft der bürgerlichen Geselligkeit und ihre dem Adel abgegrückte Höflichkeit zeigen sich auch in der Architektur des bürgerlichen Hauses. Entsprechend gehören die Wohnräume zu dieser Sphäre der Geselligkeit am Übergang zum Öffentlichen. Hinter diesen Wohnräumen befindet sich die Sphäre des Intimen, die in der Ära des Bürgertums sorgfältig geschützt und entsprechend tabuisiert wurde. Das Intime ist das, was niemanden angeht, ausser denjenigen, die sich ins Vertrauen ziehen, das Öffentliche ist das, was alle angeht und deshalb nicht intim sein kann.

Im Kern des Öffentlichen, im Parlament, das als Ausschuss der vernetzten Aufklärungsgesellschaften betrachtet wurde, soll das bürgerliche Recht entwickelt werden, das dem Prinzip der Freiheit zu dienen hat. Zwischen den Aufklärungssozietäten und dem Parlament dient die medienvermittelte Öffentlichkeit als Arena der Integration, der Legitimation der Institutionen und der politischen Auseinandersetzung.

Zerstörung der Balance

Zur Zerstörung der Unterscheidung zwischen Öffentlichkeit und Privatheit haben viele Entwicklungen beigetragen. Allem voran liess sich nicht verhindern, dass die rohen Kräfte des Marktes und die ungleiche Verteilung der privaten Güter zu einem öffentlichen Thema wurden. Die Ökonomie entfernte sich von der kleinteiligen Wirtschaft, die die Aufklärungsbewegung im Auge hatte, der von seiner ursprünglichen sozialen Einbettung entfesselte Markt gefährdete durch seine Krisenanfälligkeit und durch die Klassengesellschaft das bürgerliche Zeitalter, und auch der nationalstaatliche Wettbewerb drängte zu regulierten Volkswirtschaften.

All dies lässt sich an den öffentlichen Debatten ablesen, die ab der Mitte des 19. Jahrhunderts in Parlamenten und Parteizeitungen stattfanden. Diese klassischen Leitmedien der Moderne hatten keine ökonomischen Interessen, sie sprachen den Staatsbürger an und verlängerten die Parlamentsdebatten in den öffentlichen Raum. Nur dadurch konnten Gesellschaften entstehen, in denen sich ein bürgerliches Nationalbewusstsein entwickelte. Die Träger dieser Medien waren Parteien, Vereine sowie Konfessionen und später, mit dem Aufkommen der Werbung, auch die Forumsmedien.

In der Zwischenkriegszeit drängten Boulevardzeitungen auf den Markt, die zusammen mit der Geschäftspresse (etwa in Deutschland und Österreich) die Partei- und Qualitätszeitungen überflügelten und den medienwirksamen Aktionsformen nationalsozialistischer und faschistischer Protestparteien die nötige Resonanz boten. In Europa wurde das Radio zum staatlichen Rundfunk, und nach dem Zweiten Weltkrieg ging das Fernsehen denselben Weg, während die Boulevardisierung in Deutschland und Österreich nicht zuletzt durch die Konzessionspraxis der Alliierten lange nicht mehr dasselbe Mass erreichte wie in der Zwischenkriegszeit. Gleichzeitig wurde der Marktwettbewerb vor dem Hintergrund der Erfahrungen der Zwischenkriegszeit und vor allem der Weltwirtschaftskrise der 1930er Jahre in der Nachkriegszeit wieder reguliert und sozial eingebettet.

Erst im neoliberalen Gesellschaftsmodell erfolgte im Rahmen der Globalisierung der Wirtschaft und des Zerfalls der Parteimilieus die Entbettung der Medien von ihren sozialen Bindungen. Diese Entwicklung wird zum entscheidenden Faktor der Zerstörung der Balance zwischen Öffentlichkeit und Privatheit. Die Entbettung

der Medien machte sie zu reinen Renditeunternehmen. Diese Deregulation wurde durch die Dualisierung des Rundfunks in den 1980er Jahren massiv beschleunigt, und sie ist noch nicht beendet.

Mit dieser Ablösung verändern sich die Medieninhalte. Das Intime, das Persönliche, Charaktermerkmale, Lebensstile und die Skandalisierung, Personalisierung und Konfliktstilisierung machen das Private öffentlich, weil die wichtigsten Träger öffentlicher Kommunikation, die Medien, zu entbetteten privatwirtschaftlichen Unternehmen wurden. Damit wird die Differenz menschlichen Handelns auf den öffentlichen Vorderbühnen und den privaten Hinterbühnen zur Quelle einer professionellen Empörungsbewirtschaftung, die Auflage und Einschaltquoten sichert. Bei der Unterhaltungsprominenz ist die Differenz zwischen Privatem und Öffentlichem durch gezielte Selbstoffenbarungen schon längst zum Faktor der Aufmerksamkeitsoptimierung geworden. Es gäbe die Spezies der Paris Hiltons nicht ohne die durch PR-Spezialisten beständig am Leben gehaltene gezielte Vermischung des Privaten und des Öffentlichen.

Unser aller Problem

Was im Bereich der Unterhaltungsprominenz notdürftig als «Win-win»-Situation beschrieben werden kann – die Unterhaltungsprominenz erhöht ihren Marktwert, die Medien ihre Quoten, und wir mögen unterhalten werden –, wird bei demjenigen Führungspersonal in Politik und Wirtschaft, das auf medienvermittelte öffentliche Aufmerksamkeit auf seinen Vorderbühnen des Handelns angewiesen ist, nicht nur zu seinem, sondern auch zu unserem Problem. Denn in diesem Prozess wird das Private zugleich mit dem Öffentlichen zerstört.

Diese Zerstörung bedeutet die Erosion der Chancen des besseren Arguments im öffentlichen Raum, weil immer mehr Privates die Debatten um das Allgemeingültige beeinflusst. Das Private, mehr noch das aufgedeckte oder inszenierte moralische Defizit des politischen wie des ökonomischen Führungspersonals eignet sich nicht für eine öffentliche Debatte. Charakterdarstellungen, Charakterurteile, Skandalisierungen und Home-Stories kann man zur Kenntnis nehmen, aber genauso wie bei Geschmacksurteilen kann man nicht vernünftig darüber streiten. Überzeugung durch gute Argumente wird durch Affekte für oder gegen jemanden ersetzt.

Moralisierungswellen

In diesem Sinn ist das Private tatsächlich politisch geworden, aber nicht so, wie sich das die Achtundsechziger vorstellten. Ihr verwegener Fokus war die Schaffung des revolutionären Subjekts, die durch die Befreiung der Sexualität aus dem Mief der bürgerlichen Schlafzimmer erzielt werden sollte, und die Befreiung der bürgerlichen Frau von Haus und Herd. Letzteres wurde allein schon durch die monetären Anforderungen des Stauerhalts notwendig, und Ersteres scheiterte grandios. Stattdessen erobern Moralisierungswellen den öffentlichen Raum.

Die neuen Selektions-, Interpretations- und Inszenierungslogiken der medienvermittelten Kommunikation färben uns die Welt anders ein, und die Akteure aller Teilsysteme müssen zu dieser Einfärbung beitragen, um Resonanz zu erhalten. Die moralische Infragestellung des politischen Gegners, die personalisierende Konfrontation, die moralisch diskreditierende politische Propaganda und das politische Personal, das sich darauf spezialisiert, erzielen die höchsten Nachrichtenwerte.

Die Form medienvermittelter Kommunikation

hat sich vom kognitiv-normativen zum moralisch-affektiven Modus verschoben. In diesem Modus öffentlicher Kommunikation siegt der skandalisierende Medienhype über die nüchterne Betrachtung von Ursachen und Wirkungen, siegt der moralische Feldzug gegen Abzocker, Raucher, Fettleibige, (jugendliche) Ausländer, die Classe politique, Pädophile und Botellones über die Diskussion von Strukturen; es siegt der eventorientierte Rudeljournalismus über den Ressortjournalismus sowie die Boulevardisierung über die Qualität, während der klassische politisch-publizistische Konflikt um die Ursachen und Folgen von Ereignissen durch gleichgerichtete Medienkampagnen erstickt wird. Dies begünstigt die populistischen Protestparteien gegenüber den Volksparteien und zwingt Letztere zu Anpassungen ihrer Öffentlichkeitsarbeit und ihrer Personalauswahl.

Personalisierung

Insgesamt überformt dadurch die Personalpolitik die Strukturpolitik, genauso wie die personale Reputation die gewachsene Organisationsreputation von Parteien und Unternehmen verdrängt. Im Medium dieser öffentlichen Kommunikation glaubt sich eine verunsicherte Gesellschaft zu regulieren, wenn das moralisch defizitäre Spitzenpersonal ausgetauscht wird und wenn die Moralisierung von privatem Verhalten – wie etwa das Fahren von Offroadern, das Trinken oder das Rauchen – die Verunsicherungsfolgen der entfesselten Naturgewalten einer globalisierten Ökonomie kompensieren soll.

Was braucht es, um gegen diesen Prozess anzukämpfen? In den Ländern, welche die bürgerliche Kultur einst trugen, befindet sich der öffentliche Raum in einem miserablen Zustand. Der Qualitätsjournalismus schwindet, während die Moralisierungswellen rollen und der politische Populismus wie einst in der Zwischenkriegszeit mit den immer gleichen Diskreditierungskampagnen gegen das Fremde in und ausserhalb der eigenen Reihen und gegen die Classe politique und die Institutionen des Rechtsstaats Renaissance feiert.

Gefährdete wirtschaftliche Basis

Während die Boulevardisierung aller Medienformate sich ausbreitet, kommen die Qualitätszeitungen in eine Krise. Blätter wie NZZ, «Süddeutsche Zeitung», «Frankfurter Allgemeine Zeitung», «Le Monde», «The Guardian», «New York Times», «Washington Post» zählen zu den Zentralorganen des öffentlichen Raums, aber ihnen mangelt es an einem Finanzierungsmodell zur Sicherung ihres wirtschaftlichen Überlebens. Heute sollte es aber allen klar sein, dass eine uneingeschränkte Marktorientierung für die öffentliche Kommunikation wie für die Wirtschaft generell die falsche Medizin ist. Wir benötigen Qualitätsmedien, um einerseits die Errungenschaften des bürgerlichen Lebensstils zu bewahren und andererseits eine vernünftige Politik und vernünftige Bürger zu gewährleisten. Wir müssen nicht nur gegenüber der Finanzindustrie das einst Undenkbare denken, wir müssen auch über Modelle zur Finanzierung von Qualitätsmedien nachdenken.

Die öffentliche Kommunikation ist ein totales Gut, wir können uns ihr nicht entziehen. Sie ist die einzige Möglichkeit, die Gesellschaft zu beobachten und demokratisch zu regulieren, wenn wir an der Demokratie festhalten wollen. Ungleich dem anderen totalen Gut, dem Wasser, von dessen Rückständen an Psychopharmaka wir auch nichts merken, bloss sediert werden, sind die Veränderungen der öffentlichen Kommunikation we-

* Kurt Imhof ist Professor für Soziologie und Publizistikwissenschaft an der Universität Zürich und Leiter des Forschungsbereichs Öffentlichkeit und Gesellschaft (fög).